



Пресреліз

Розумний дім: Споживачі більше цікавляться технікою із голосовим управлінням

22 березня, 2021

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Нюрнберг, 18 березня, 2021 року – Попри складне ділове середовище, глобальний ринок споживчої техніки та електроніки (за виключенням Північної Америки) склав 799 млрд доларів, що еквівалентно 2 відсоткам річного зростання у вартісному вимірі. Сегменти "розумних" продуктів перевищили середні показники продажів та зросли на 24%, до 28 млрд доларів на ринках ЄС7*. Детектори небезпеки, роботи-пилососи та прилади для приготування їжі мали високий попит зумовлений потребою споживачів залишатися вдома. У 2020 році прилади із голосовим управлінням стали бестселерами — їх продажі зросли майже на 61 відсоток. Загалом ринок побутової техніки та електроніки зазнав V-подібного зростання на фоні пожвавлення розвинених ринків внаслідок прагнення споживачів інвестувати у свої будинки.

Пандемія безумовно пришвидшує диджиталізацію наших домівок. Рушієм продажів техніки стає ставлення до дому як до штаб-квартири, або офісу. Через карантинні обмеження споживачі працюють та навчаються дома, не мають змоги подорожувати та відпочивати на свіжому повітрі, а тому фокусуються на проведенні часу вдома. Це призвело до 19% зростання продажів товарів категорій розумних розваг та офісу (Smart Entertainment & Office) на ринках EU7 (Німеччина, Франція, Великобританія, Італія, Іспанія, Нідерланди, Бельгія).

Лідери продажів розумної техніки

Такі показники значною мірою завдячують продажам телевізорів. Але споживачі вийшли за рамки візуальних розваг, щоб заповнити дозвілля. Аналіз GfK у галузі розподілу та ланцюгів постачання показує, що продажі розумних гарнітур зросли на понад 100 відсотків у 2020 році. На 7 тижні 2021 року (без 8 лютого) ця категорія має попит на рівні 54 відсотків. GfK очікує, що цей попит триватиме протягом року.

GfK SE
Sophie-Germain-Str. 3-5
90433 Nürnberg
Germany

T +49 911 395 0

Management:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Chairman
of the supervisory board:
Thomas Ebeling

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

Також пандемія стимулювала цікавість до здоров'я та гігієни, що спровокувало зростання продажів малої побутової техніки та категорій Smart Health (а саме роботів-пилососів, приладів для особистої діагностики, фітнес-трекерів, зап'ястних спортивних комп'ютерів тощо). Ці сегменти зростали найбільше на ринках EU7* та додали 41%. Ключова категорія роботів-пилососів додала у грошовому вимірі 43 відсотки. Оскільки залишатися вдома часто означає більше готувати — споживачі шукали можливості спростити цю частину домашніх обов'язків. У результаті, продажі розумних приладів для готування зросли на приголомшливі 71,5 відсотків. Так, наприклад, розумні вбудовані плити додали 48,2% продажів.

Згідно з новим звітом GfK Market Intelligence Smart Home Report, що охоплює категорії розумного дому, у 2020 році Німеччина та Велика Британія стали найбільшими (у грошовому вимірі) ринками продажів "розумної" техніки. Нідерланди очолили статистику росту із 44 відсотками зростання продажів цих категорій товарів у грошовому вимірі. Однак, зростання продажів розумних продуктів будо сегментоване: дві третини (66 відсотків) загальних продажів розумної техніки походять із сектору розваг та офісу. Проникнення розумних приладів в інші сектори побутової техніки та електроніки залишилося значно нижчим.

Назустріч "розумнішому" майбутньому

Дані дослідження роздрібної торгівлі GfK вказують на перехід до більш "розумного майбутнього". Віртуальний динамік стає запорукою успіху розумного дому, оскільки голосове управління стає способом взаємодії споживачів із розумною технікою. У 2020 році продажі техніки з голосовим управлінням зросли майже на 61 відсоток, що зробило такі прилади бестселерами року.

Прагнення створити екосистему розумного дому, яку обиратиме більшість, набирає обертів. Технологічні гіганти - Google, Apple та Amazon хочуть стати головною частиною майбутнього розумного будинку споживача, але жоден виробник не перемагає. Споживачі продовжують обирати здебільшого ті розумні продукти, які підтримують різні екосистеми.

Експерт GfK з технічних споживчих товарів, Nevin Francis, робить висновок:

«Популярність роботів-пилососів, детекторів безпеки, розумних світлодіодів та розумних кухонних приладів протягом 2020 року доводить, що споживачі відчують переваги цих продуктів та прагнуть переходити на "розумні" версії звичної побутової техніки. Оскільки все більше споживачів купують "розумну" техніку та переконуються у її перевагах та простоті використання, така техніка стане більш привабливою і для масового ринку. Однак слід пам'ятати про необхідність прозорості політики конфіденційності та взаємодії різних брендів. Якщо виробникам вдасться об'єднати все це разом, це зробить "розумні" продукти актуальними для кінцевого споживача, чий світогляд зосереджений на тому, щоб насолоджуватися перевагами інтелектуальних, персоналізованих технологій у своєму житті».



Примітки

*EU7= Німеччина, Франція, Великобританія, Італія, Іспанія, Нідерланди, Бельгія.

За допомогою роздрібних панелей, GfK регулярно збирає дані про продажі техніки більш ніж 70 країнах світу, охоплюючи сектори побутової електроніки, фото, телекомунікацій, інформаційних технологій, оргтехніки, великої та малої побутової техніки. Валюта — долар США, припускаючи нефіксований курс долара. Скрізь, де часовий період не згадується, це січень — грудень 2020 проти попередніх 12 місяців.

Контакт для преси: pr.ukraine@gfk.com

GfK пропонує рішення «Розумний дім», що складається зі звіту «Smart Home Total Technical Consumer Goods» та окремих звітів «Smart Home» для секторів розваг та офісу, великої побутової техніки, дрібної побутової техніки та охорони здоров'я, сектору дому та автоматизації. GfK Consumer Life також пропонує синдикований звіт «Розумний дім сьогодні та завтра».

GfK. Growth from Knowledge.

Понад 85 років клієнти з усього світу довіряють нам тому, що ми допомагаємо їм у процесі прийняття рішень щодо споживачів, ринків, брендів та медіа. Надійні аналітичні дані, а також розширені можливості штучного інтелекту революціонізували доступ до інсайтів у режимі реального часу, що сприяє дієвості маркетингу, продажів та ефективності організації наших клієнтів та партнерів. Таким чином ми обіцяємо та пропонуємо «Зростання завдяки знанням».

Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш вебсайт: gfk.com